

中国超市行业现状深度研究与投资前景分析报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国超市行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/663703.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、超市行业综述

1、概念

超市一般是指商品开放陈列、顾客自我选购、排队收银结算，以经营生鲜食品水果、日杂用品为主的商店。一种消费者自助选购、统一收银结算的零售企业。

2、发展历程

1983年中国第一家超市于北京海淀开业，拉开了中国超市行业序幕。历经多年年的发展，我国超市行业经历了蓬勃发展-电商冲击-新零售融合三大阶段。

我国超市行业发展历程

资料来源：观研天下整理

二、超市行业市场分析

1、我国超市市场规模约3万亿，整体行业增速趋于放缓

社会零售品消费总额与超市行业指标相关度较高。2012-2022年，我国超市行业市场规模整体呈现上升，但增速趋于放缓新。根据数据显示，2022年，我国社会零售品消费总额达到43.97万亿元；2021年国内超市及大卖场市场规模达3.09万亿元，同比增长1.3%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、中国的超市行业呈现出全国性商超和地方性商超并存的格局

在市场竞争方面，沃尔玛、永辉、高鑫零售、华润万家等在全国布局，但各省份仍然有本地龙头超市，并且规模相对具有优势。

2022年中国超市格局

企业简称

主要区域

2022年销售额(含税，亿元)

2022年门店总数(个)

沃尔玛

全国

1093.10

365

永辉超市

全国

979.87

1045

康成投资

全国

920.12

592

华润万家

全国

692.35

3130

物美集团

全国

618.92

1057

盒马

全国

610.00

300

联华超市

全国

574.79

3352

家家悦

山东

311.42

933

中百仓储

湖北

221.01

883

世纪华联

全国

178.69

4158

钱大妈

全国

151.96

3000

易初莲花

广东

151.94

142

利群集团

全国

110.28

528

永旺

京津冀

104.18

71

资料来源：观研天下整理

3、多项因素致“闭店潮”横扫线下商超，传统大卖场模式失势

不过，从近几年，线下超市发展业态来看，受电商、即时零售、社区团购等因素影响，我国超市门店深陷“闭店潮”，传统大卖场模式失势。例如，根据家乐福最新一季报，截至2023年3月31日，家乐福在中国拥有门店114家，较截至2022年12月31日的147家门店缩减33家，而众多门店的关停，或将直接关联家乐福裁员。同时，沃尔玛、永旺、家乐福、新玛特、大润发、华润万家等知名度较高的连锁大超市逐渐淡出人们视线，像在2020-2022年期间沃尔玛在国内共关闭60余家门店，仅2023年至今沃尔玛便关闭位于长春、陕西、江西、山东、北京等地的门店；太平洋百货徐汇店也官宣即将谢幕，这说明太平洋百货将彻底退出上海市场。

而具体分析大型商超没落背后的原因，是复杂多个因素交叠在一起：

（1）电商持续冲击线下商超

由于超市具有全品类经营特性，各个类型的业态革新均会对超市产生影响。以生鲜电商为例，线下业态所面临的全渠道竞争。

生鲜领域的业态梳理

类别

电商快递发货

到家

社区团购

到店

电商平台自营配送

电商平台撮合配送

自营店内配送

自营前置仓配送

到店自提

到店购买

模式简介

即通过传统线上电商平台下单，通过快递发货

以电商平台自营模式，从线下站点向家中配送

电商平台撮合商家和消费者，以平台运力进行配送

企业拥有线下门店，用自身运力从店内或者店仓一体的仓库内配送

企业在靠近用户的地方布局仓库、分拣、配送一体的配送点，可以实现高效配送

用预购+自提的模式，用户提前在平台下单确定计划性需求，然后到平台签约线下自提点领取

企业拥有线下店铺，用户线上下单后可以到店铺内直接领取包装好的产品

即传统线下业态，企业有线下店铺，消费者直接线下挑选购买

城市

全国

一二线城市为主

一二线城市为主

一二线城市为主

一二线城市为主

二三四线城市

一二线城市为主

全国

范围

全国

1-3公里

1-3公里

1-3公里

1-3公里

500m-1公里

0-3公里

0-3公里

需求满足时效性

1-7天

30分钟-2小时

30分钟-2小时

30分钟-2小时

30分钟-2小时

隔日

视用户计划1小时到1天左右不等

视用户计划1小时到1天左右不等

优点

覆盖范围广，获客成本低

品控好，满足即时需求，流量复用

选择多，满足即时需求，流量复用，平台无租金投入，扩张相对快

无需额外租金成本即可满足及时需求

满足即时需求效率相对高，对末端供应链把控高同时租金较开店低

通过计划性需求实现低价，获客成本低

无配送成本，提前线上转化需求，比到店购买更快

可以按需求购买，无需使用线上软件

缺点

耗时过长，损耗高

平台需要筛选供应商，扩张相对慢

平台+商家合作模式下，利润分成需要平衡

店铺很难覆盖所有区域

前期建仓投入大

sku少

需要花费到店的时间，但无法满足挑选产品的需求

消费者需要线下挑选，相对麻烦

代表举例

天猫、京东

美团买菜

美团配送、京东到家

盒马鲜生店内配送

叮咚买菜、每日优鲜

多多买菜、美团优选

盒马鲜生到店自提

菜市场、社区小店、沃尔玛等

资料来源：观研天下整理

同时，电商是最先对超市行业产生冲击的。自2015年开始，我国实物商品网上零售额持续提升，增速快于线下业态与社会消费品零售总额。根据数据显示，2022年我国实物商品网上零售总额达到11.96万亿元，占零售总额的27.2%。

数据来源：观研天下整理

（2）社区团购、即时零售也冲击线下超市

而社区团购、即时零售也冲击着线下超市。社区团购是一种社区内以微信群、小程序为载体的小规模拼团，通过提前聚合需求计划，2020下半年互联网巨头的涌入，使得社区团购进入低价倾销、大量补贴的无序竞争时期。不过，在国家政策监管下（2021年10月，市场监管总局对美团在中国境内网络餐饮外卖平台服务市场实施“二选一 箭 鮠搏矮 鰲吮 媠 11月中旬，国家市场监督管理总局监管力度再次升级，提出“防止大型互联网公司利用网络团购形成市场垄断进入市县基层地区，严重影响群众利益”），社区团购逐渐回归理性。

此外，在疫情催化下，居民在线消费趋势加快，居家在线下单成为后疫情时代消费者的新特征，线下商家也积极拥抱线上化，供需双方共同推动，即时零售蓬勃发展。根据数据显示，2021年，我国零售O2O交易规模达2276亿元，预计2025年将达到11936亿元。

数据来源：观研天下整理

零售商参与即时零售的商业模式

资料来源：观研天下整理

（3）超市内部运营服务同质化较高，部门腐败严重

而除了上述外部因素外，超市行业内因也是导致其没落原因之一。超市对品牌方、供应商费用的依赖度高且时间长，这就使得采购部门选品嗅觉下降，贪腐也如影随形，并且运营服务上也麻痹大意，尤其是在商品、陈列、体验等相似程度越来越高，货和场越来越趋于同质化。

4、多种业态互补，加强选品服务思维，加码超市市场下沉

那么超市该如何突出重围呢？我们提出以下几点建议：

我国超市行业未来发展建议

建议

要点

代表事件

加大生鲜布局，多种业态互补

超市通过加大生鲜品类布局，来带动商超整体的消费力，同时也可开设仓储会员店、折扣店、生鲜体验店等与原有业态形成互补

永辉超市对标盒马推出“超级物种”，定位优质生鲜食材体验店；又布局永辉Mini店，与大店形成互补；还探索“仓储店”模式，经营民生流量型商品，主打“天天平价”

提升选品服务思维

超市从代销卖货思维转变到选品服务思维，服务则要从全流程体验入手，为用户提供一种互动感，包括用户与卖场之间的场景互动（灯光、音乐、主题风格等氛围感），商超服务人员和用户的交流（导引、试吃、便民服务等）

山姆会员店的选品独特，而且上量之后能打低成本，做到相对物美价廉以及产品的差异化加码市场下沉，寻求增量空间

2022年我国GDP千亿县增至52个，其中“最牛县级市”昆山的GDP总量突破5000亿元，超过8个省会城市，市场容量大。大城市品牌多，业态多，竞争大，而县城人口基数大，购物氛围浓，消费者或许会偏爱大卖场的模式

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国超市行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国超市行业发展概述

第一节 超市行业发展情况概述

- 一、超市行业相关定义
- 二、超市特点分析
- 三、超市行业基本情况介绍
- 四、超市行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、超市行业需求主体分析

第二节中国超市行业生命周期分析

一、超市行业生命周期理论概述

二、超市行业所属的生命周期分析

第三节超市行业经济指标分析

一、超市行业的赢利性分析

二、超市行业的经济周期分析

三、超市行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球超市行业市场发展现状分析

第一节全球超市行业发展历程回顾

第二节全球超市行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲超市行业地区市场分析

一、亚洲超市行业市场现状分析

二、亚洲超市行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲超市行业市场前景分析

第四节北美超市行业地区市场分析

一、北美超市行业市场现状分析

二、北美超市行业市场规模与市场需求分析

三、北美超市行业市场前景分析

第五节欧洲超市行业地区市场分析

一、欧洲超市行业市场现状分析

二、欧洲超市行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲超市行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界超市行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球超市行业市场规模预测

第三章 中国超市行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对超市行业的影响分析

第三节中国超市行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对超市行业的影响分析

第五节中国超市行业产业社会环境分析

第四章 中国超市行业运行情况

第一节中国超市行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国超市行业市场规模分析

一、影响中国超市行业市场规模的因素

二、中国超市行业市场规模

三、中国超市行业市场规模解析

第三节中国超市行业供应情况分析

一、中国超市行业供应规模

二、中国超市行业供应特点

第四节中国超市行业需求情况分析

一、中国超市行业需求规模

二、中国超市行业需求特点

第五节中国超市行业供需平衡分析

第五章 中国超市行业产业链和细分市场分析

第一节中国超市行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、超市行业产业链图解

第二节中国超市行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对超市行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对超市行业的影响分析

第三节我国超市行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国超市行业市场竞争分析

第一节 中国超市行业竞争现状分析

一、中国超市行业竞争格局分析

二、中国超市行业主要品牌分析

第二节 中国超市行业集中度分析

一、中国超市行业市场集中度影响因素分析

二、中国超市行业市场集中度分析

第三节 中国超市行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国超市行业模型分析

第一节 中国超市行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国超市行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国超市行业SWOT分析结论

第三节 中国超市行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国超市行业需求特点与动态分析

第一节中国超市行业市场动态情况

第二节中国超市行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节超市行业成本结构分析

第四节超市行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国超市行业价格现状分析

第六节中国超市行业平均价格走势预测

一、中国超市行业平均价格趋势分析

二、中国超市行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国超市行业所属行业运行数据监测

第一节中国超市行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国超市行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国超市行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国超市行业区域市场现状分析

第一节 中国超市行业区域市场规模分析

一、影响超市行业区域市场分布的因素

二、中国超市行业区域市场分布

第二节 中国华东地区超市行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区超市行业市场分析

(1) 华东地区超市行业市场规模

(2) 华南地区超市行业市场现状

(3) 华东地区超市行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区超市行业市场分析

(1) 华中地区超市行业市场规模

(2) 华中地区超市行业市场现状

(3) 华中地区超市行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区超市行业市场分析

(1) 华南地区超市行业市场规模

(2) 华南地区超市行业市场现状

(3) 华南地区超市行业市场规模预测

第五节 华北地区超市行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区超市行业市场分析

(1) 华北地区超市行业市场规模

(2) 华北地区超市行业市场现状

(3) 华北地区超市行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区超市行业市场分析

- (1) 东北地区超市行业市场规模
- (2) 东北地区超市行业市场现状
- (3) 东北地区超市行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区超市行业市场分析
 - (1) 西南地区超市行业市场规模
 - (2) 西南地区超市行业市场现状
 - (3) 西南地区超市行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区超市行业市场分析
 - (1) 西北地区超市行业市场规模
 - (2) 西北地区超市行业市场现状
 - (3) 西北地区超市行业市场规模预测

第十一章 超市行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国超市行业发展前景分析与预测

第一节 中国超市行业未来发展前景分析

- 一、超市行业国内投资环境分析
- 二、中国超市行业市场机会分析
- 三、中国超市行业投资增速预测

第二节 中国超市行业未来发展趋势预测

第三节 中国超市行业规模发展预测

- 一、中国超市行业市场规模预测
- 二、中国超市行业市场规模增速预测
- 三、中国超市行业产值规模预测
- 四、中国超市行业产值增速预测
- 五、中国超市行业供需情况预测

第四节 中国超市行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国超市行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国超市行业进入壁垒分析

- 一、超市行业资金壁垒分析
- 二、超市行业技术壁垒分析
- 三、超市行业人才壁垒分析
- 四、超市行业品牌壁垒分析
- 五、超市行业其他壁垒分析

第二节 超市行业风险分析

- 一、超市行业宏观环境风险
- 二、超市行业技术风险
- 三、超市行业竞争风险
- 四、超市行业其他风险

第三节 中国超市行业存在的问题

第四节 中国超市行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国超市行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国超市行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节 中国超市行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 超市行业营销策略分析

- 一、超市行业产品策略
- 二、超市行业定价策略
- 三、超市行业渠道策略
- 四、超市行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/663703.html>